UNIVERSIDAD DE

LASALLE

MANUAL DE MARCA

UNIVERSIDAD DE
LA SALLE

Este manual cumple un rol específico a nivel comunicativo al definir cada una de las condiciones de uso de la marca, para generar unas reglas que unifiquen todos los mensajes a nivel visual.

Estas reglas garantizan una comunicación gráfica eficiente y coherente en cualquier aplicación que se desarrolle de la marca, con el objeto de regularizar su implementación.

La unidad de la marca ésta soportada por varios elementos gráficos tales como tipografías, formas, tamaños, colores, etc. que unifican la marca y al mismo tiempo la hacen versátil para cualquier uso.

UNIVERSIDAD DE
LA SALLE

CONTENIDO

1.1. Introducción
1.2. Visión
1.3. Identidad de la marca

2. SISTEMA DE NORMATIVAS PARA EL LOGOTIPO: UNIVERSIDAD DE LA SALLE

2.1. Presentación del logotipo
2.2. Construcción del logotipo
2.3. Tipografía
2.4. Área de reserva
2.5. Escala mínima
2.6. Paleta de color
2.7. Paleta cromática secundaria
2.8. Usos incorrectos
2.9. Uso sobre fondo de color azul
2.10. Uso sobre fondo de color variable
2.11. Versión sobre fotografía
2.12. Versión a una tinta
2.13. Versión a escala de grises

3. SISTEMA DE NORMATIVAS PARA EL LOGOTIPO: UNISALLE

3.1. Presentación del logotipo
3.2. Construcción del logotipo
3.3. Tipografía
3.4. Área de reserva
3.5. Escala mínima
3.6. Paleta de color
3.7. Usos incorrectos
3.8. Uso sobre fondo de color azul
3.9. Uso sobre fondo de color variable
3.10. Versión sobre fotografía
3.11. Versión a una tinta
3.12. Versión en escala de grises

4. UNIVERSIDAD DE LA SALLE EN EL MUNDO

4.1. Logotipo principal - Colombia
4.2. Versiones del logotipo - Colombia

5. SÍMBOLO DE ANIVERSARIO DE LA UNIVERSIDAD DE LA SALLE

5.1. Símbolo
5.2. Versión horizontal
5.3. Versión vertical
5.4. Futuros símbolos
5.5. Área de reserva
5.6. Tipografía
5.7. Versiones de logo - 50 años

UNIVERSIDAD DE
LA SALLE

6. ARQUITECTURA DE MARCA

6.1. Arquitectura de marca
6.2. Ficha técnica
6.3. Versiones-Arquitectura de marca

7. GRÁFICA COMPLEMENTARIA

7.1. Gráfica con fotografía
7.2. Gráfica con fondos planos
7.3. Gráfica Unisalle
7.4. Gráfica Co-Branding
7.5. Proporciones para Co-Branding
7.6. Usos incorrectos
7.7. Ubicación y tamaño del logotipo en distintos formatos
7.8. Tipografía complementaria

8. PAPELERÍA BÁSICA

8.1. Tarjeta
8.2. Membrete
8.3. Sobre Tipo A
8.4. Sobre Tipo B
8.5. Carpeta
8.6. Label CD
8.7. Firma de correo

9. VISUALIZACIONES DE LA MARCA

9.1. Camiseta
9.2. Bolsa de tela
9.3. Cuaderno
9.4. Bolsa Papel
9.5. Credencial
9.6. Uniforme

La Universidad de La Salle, ha tenido un proceso de crecimiento constante, desde sus orígenes hace cincuenta años hasta nuestros días. De forma particular, en los últimos años, su capacidad de adaptación permanente a las diferentes circunstancias, se ha transformado en una dinámica de reestructuración constante, anticipando los retos que vienen para nuestra realidad y de forma concreta para nuestro país. Esto ha implicado nuevas y significativas apuestas que han hecho de ésta, una nueva universidad, que conserva en su esencia y en el espíritu de su proyecto educativo lo más característico y puro de la tradición lasallista pero enmarcado en un horizonte de acción acorde con los retos del país.

En el contexto de los 50 años de la Universidad y a propósito de este proceso renovador del que hemos sido parte, consideramos necesario y pertinente repensar la forma como comunicamos esta tradición, y estas riquezas que hacen parte de nuestra identidad universitaria.

Este es el marco de justificación que nos ha traído a este punto de rediseñar nuestra imagen de marca, con la que nos comunicaremos como una universidad con rostro humano, de respuestas actuales, innovadoras, sociales y diferentes que le apuestan no solo a la formación profesional de calidad, sino a la transformación del país.

Somos una universidad inspirada en el compromiso de *"Educar para pensar, decidir y servir"* y en este sentido nos proyectamos y pensamos en formar gente real, de carne y hueso y no en perfiles idealizados y abstractos como sujetos de formación, y le apostamos al cambio social, con la esperanza y la certeza de que un mundo diferente es posible, por eso afirmamos la invitación *"Sé real, piensa social"* para todos los que nos comprometemos con este proyecto.

El Manual de Imagen es fundamental para garantizar una unidad de criterios tanto de lenguaje como de sentido institucional. Todos somos responsables de asegurar el adecuado uso de los criterios que aquí se establecen, por lo tanto es responsabilidad de todos, asegurar el adecuado cumplimiento de los parámetros establecidos para el manejo de la marca de la universidsad.

Hno. Frank Leonardo Ramos Baquero
Vicerrector de Promoción y Desarrollo Humano

“Visibilizar nuestra marca como símbolo de transformación social y productiva del país, a través de la educación de alta calidad y el compromiso con la investigación.”

Educar para pensar, decidir y servir.

Es un conjunto de asociaciones que representan la razón de ser de la marca, y que implican una promesa de la organización, la cual se expresa en variados beneficios.

Sé real, piensa social.

2.

SISTEMA DE NORMATIVAS PARA EL LOGOTIPO

UNIVERSIDAD DE LA SALLE

UNIVERSIDAD DE LA SALLE

UNIVERSIDAD DE
LA SALLE

La construcción del logotipo de la Universidad de La Salle busca responder articuladamente a una apuesta renovada que habla de una “nueva universidad” pero que se sostiene sobre la tradición y experiencia de 50 años liderando procesos educativos. El logotipo con el nombre dice precisamente esto, “somos de La Salle”, somos una universidad renovada y diferente. La estrella en el centro subraya que mantenemos como eje la tradición lasallista, integrada, inseparable y constitutiva de la misión.

2.2. Construcción del logotipo

La morfología del logotipo está desarrollada por la unión de dos elementos claves. El primero es el uso de la estrella Lasallista en contra forma, conservando su color y geometría de 5 puntas y el segundo es el tratamiento tipográfico logrado por el uso de dos fuentes tipográficas modernas, Baufra DemiBold (Universidad de) y Futura Lt BT (La Salle) con modificaciones formales.

Baufra

UNIVERSIDAD DE

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Proin quis varius ligula. Aenean vitae neque in ipsum blandit volutpat quis in nunc.

Proin quis fermentum turpis. Mauris eros metus, tempor ac semper vel, sagittis at nulla. Fusce rutrum convallis arcu sit amet aliquam. Donec convallis tristique viverra. In hac habitasse platea dictumst. Donec posuere, libero at elementum faucibus, erat urna placerat lorem.

1234567890

Futura LT BT

LA SALLE

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Proin quis varius ligula. Aenean vitae neque in ipsum blandit volutpat quis in nunc. Morbi tristique ligula nec.

Proin quis fermentum turpis. Mauris eros metus, tempor ac semper vel, sagittis at nulla. Fusce rutrum convallis arcu sit amet aliquam. Donec convallis tristique viverra. In hac habitasse platea dictumst. Donec posuere, libero at elementum faucibus, erat urna placerat lorem,

1234567890

Las tipografías **BAUFRA Y FUTURA LT BT** son de uso exclusivo para el logotipo de la Universidad de La Salle.
NO podrán ser usadas en ningún otro tipo de comunicación.

El uso tipográfico del logotipo está desarrollado por dos fuentes: la primera es Baufra DemiBold, una tipografía humanista *sans-serif*, cuyo rasgo característico es su diseño geométrico combinado con un estilo orgánico, y la segunda es Futura Lt BT, tipografía sans-serif del siglo XX, una fuente reconocida por ser funcional y amigable.

2.4. Área de reserva

El logotipo posee un espacio de reserva el cual debe ser respetado para conservar su integridad y garantizar la perfecta legibilidad de la marca. El área mínima de protección está dada por la unidad de medida (E) que corresponde al alto de la letra en la palabra UNIVERSIDAD. La medida (E) debe ser respetada en cada uno de los 4 lados del logotipo.

Uso para impreso
2,08cm X 0,55cm

Uso para pantalla
147px X 39px

El logotipo no deberá ser reproducido en un formato inferior a 2,08 cm X 0,55 cm para impresos y 147 px X 39 px para pantalla, con el objetivo de no perder legibilidad en caso de que se requiera reproducir en un tamaño pequeño.

2.6. Paleta de color

PANTONE: 130C PANTONE: 130U	C.M.Y.K: 0.32.100.0	HTML: F2A900	R.G.B: 242.169.0
PANTONE: 540C PANTONE: 540U	C.M.Y.K: 100.57.12.66	HTML: 003057	R.G.B: 0.48.87
PANTONE: Process Black C90%	C.M.Y.K: 0.0.0.90	HTML: 3C3C3B	R.G.B: 60.60.59
PANTONE: Process Black C40%	C.M.Y.K: 0.0.0.40	HTML: B2B2B1	R.G.B: 178.178.177

La paleta está constituida por dos colores Azul (Pantone: 540C) y Amarillo (Pantone: 130C). Estos colores deberán usarse siempre que se presente el logotipo a color, ya sea impreso o en pantalla. En el caso de presentarse el logotipo en escala de grises, se deberán utilizar los indicados en la gráfica.

2.7. Paleta cromática secundaria

PANTONE:
2995C - 2995U
C.M.Y.K: 83.1.0.0
HTML: 00A9E0
R.G.B: 0.169.224

PANTONE:
7706C - 7706U
C.M.Y.K: 100.16.10.44
HTML: 006A8E
R.G.B: 0.106.142

PANTONE:
110C - 110U
C.M.Y.K: 2.22.100.8
HTML: DAAA00
R.G.B: 218.170.0

PANTONE:
7552C - 755U
C.M.Y.K: 19.42.100.59
HTML: 73531D
R.G.B: 115.83.29

PANTONE:
2617C - 2617U
C.M.Y.K: 84.99.0.12
HTML: 470A68
R.G.B: 71.10.104

PANTONE:
105C - 105U
C.M.Y.K: 13.18.88.45
HTML: 897A27
R.G.B: 137.122.39

PANTONE:
7622C - 7622U
C.M.Y.K: 0.97.89.45
HTML: 93272C
R.G.B: 147.39.44

PANTONE:
1797C - 1797U
C.M.Y.K: 2.97.85.7
HTML: CB333B
R.G.B: 203.51.59

PANTONE:
1505C - 1505U
C.M.Y.K: 0.56.90.0
HTML: FF6900
R.G.B: 255.105.0

PANTONE:
7713C - 7713U
C.M.Y.K: 100.0.30.26
HTML: 007D8A
R.G.B: 0.125.138

PANTONE:
381C - 381U
C.M.Y.K: 25.0.98.0
HTML: CEDC00
R.G.B: 206.220.0

PANTONE:
7742C - 7742U
C.M.Y.K: 71.5.100.45
HTML: 4A773C
R.G.B: 74.119.60

Para la elaboración de piezas gráficas, promocionales, debe tenerse en cuenta esta paleta y emplear exclusivamente los colores aquí definidos.

La paleta cromática secundaria se compone de una gran gama de colores que permiten la versatilidad en la aplicación del mismo. Cada caso tendrá un uso específico para la marca, ya sea en negativo parcialmente (uso de la estrella en amarillo) o total (todo en blanco).

2.8. Usos incorrectos

X No alterar las cajas de texto.

X No modificar los colores establecidos.

X No cambiar la orientación ni orden de los elementos.

X No invertir los tonos que conforman el logotipo.

X No cambiar la orientación de la A.

X No cambiar de tamaño ningún elemento del logotipo.

X No cambiar las fuentes del logotipo.

X No alterar la morfología del logotipo.

X No alterar la morfología del logotipo.

El logotipo siempre debe ser reproducido a partir de los artes originales y no debe sufrir variación alguna.

2.9. Uso sobre fondo de color azul

El logotipo podrá ser usado sobre fondo de color azul (Pantone:540C). En este caso, deberá ser implementado en blanco a excepción de la letra (A), la cual deberá ser amarilla (Pantone: 130C).

2.10. Uso sobre fondo de color variable

UNIVERSIDAD DE
LA SALLE

El logotipo podrá ser usado sobre fondo amarillo y para ello deberá ser implementado todo en blanco. En caso de fondos alternos de color, el uso deberá ser según la gráfica a continuación.

2.10. Uso sobre fondo de color variable

2.11. Versión sobre fotografía

Para la aplicación sobre fotografía se debe ubicar el logotipo en zonas con poco ruido visual en su versión original. Si en la zona en donde se sitúa el logotipo predominan tonos oscuros, éste deberá aplicarse en color blanco.

2.11. Versión sobre fotografía

Para la aplicación sobre fotografía se debe ubicar el logotipo en zonas con poco ruido visual en su versión original. Si la en zona en donde se sitúa el logotipo predominan tonos oscuros éste deberá aplicarse en color blanco.

UNIVERSIDAD DE
LA SALLE

Esta versión permite al logotipo ser implementado en superficies o circunstancias donde solo se requiera una tinta, ya sea por el tipo de reproducción, por ejemplo para sellos o documentos enviados por fax. El diseñador podrá usar esta versión según la pertinencia del caso. En caso de usar otras tintas deberán ser tomadas de la carta de pantones presentada.

2.13. Versión en escala de grises

UNIVERSIDAD DE
LA SALLE

La versión en escala de grises es una conversión de los colores originales a una sola tinta con diferente tonalidad. En este caso el logotipo deberá ser reproducido al 90% de negro en remplazo del color azul y 40% de negro para el color amarillo.

3.

SISTEMA DE NORMATIVAS PARA EL LOGOTIPO

UNISALLE

3.1. Presentación del logotipo

El uso del logotipo UniSalle, se empleará para el diseño de material POP y en campañas orientadas a vida universitaria. El uso está restringido a las personas autorizadas para implementarlo.

3.2. Construcción del logotipo

La morfología del logotipo está desarrollada por medio de una fuente tipográfica orgánica llamada Desyrel, la cual es modificada en varias de sus letras, haciendo énfasis en la letra (A), donde se refuerza el símbolo de la estrella Lasallista.

Unisalle
Desyrel

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Proin quis varius ligula. Aenean vitae neque in ipsum blandit volutpat quis in nunc. Morbi tristique ligula nec ultricies suscipit.

Proin quis fermentum turpis. Mauris eros metus tempor ac semper vel, sagittis at nulla. Fusce rutrum convallis arcu sit amet aliquam. Donec convallis tristique viverra. In hac habitasse platea dictumst. Donec posuere libero at elementum faucibus

1234567890

La tipografía **DESYREL** es de uso exclusivo para el logotipo de UniSalle. **NO** podrá ser usada en ningún otro tipo de comunicación.

El uso tipográfico del logotipo está definido por la fuente Desyrel, cuyo rasgo característico es su diseño orgánico y joven.

3.4. Área de reserva

El logotipo posee un espacio de reserva el cual debe ser respetado para conservar su integridad y garantizar la perfecta legibilidad de la marca. El área mínima de protección está dada por la unidad de medida del punto de la (i), medida que debe ser respetada en cada uno de los 4 lados del logotipo.

Uso para impreso
17,13mm X 10,30mm

Uso para pantalla
51px X 30px

El logotipo no deberá ser reproducido en un formato inferior a 17,13 mm X 10,30 mm para impresos y 51 px X 30 px para pantalla, con el objetivo de no perder legibilidad en caso de que se requiera reproducir en un tamaño pequeño.

PANTONE: 130C PANTONE: 130U	C.M.Y.K: 0.32.100.0	HTML: F2A900	R.G.B: 242.169.0
PANTONE: 540C PANTONE: 540U	C.M.Y.K: 100.57.12.66	HTML: 003057	R.G.B: 0.48.87
PANTONE: Process Black C90%	C.M.Y.K: 0.0.0.90	HTML: 3C3C3B	R.G.B: 60.60.59
PANTONE: Process Black C40%	C.M.Y.K: 0.0.0.40	HTML: B2B2B1	R.G.B: 178.178.177

La paleta está constituida por dos colores principales, azul (Pantone: 540C) y amarillo (Pantone: 130C). Estos colores deberán usarse siempre que se presente el logotipo a color, ya sea impreso o en pantalla. En el caso de presentarse el logotipo en escala de grises, se deberán utilizar los indicados en la gráfica.

3.7. Usos incorrectos

No cambiar las proporciones del logotipo.

No cambiar la orientacion del logotipo.

No alargar el logotipo en ningún sentido.

No cambiar de tamaño ningún elemento del logotipo.

No modificar los colores establecidos.

No modificar el tracking del logotipo.

No cambiar de tamaño ningún elemento del logotipo.

No usar otro tipo de fuente tipográfica.

No cambiar la morfología del logotipo.

El logotipo siempre debe ser reproducido a partir de los artes originales y no debe sufrir variación alguna.

3.8. Uso sobre fondo de color azul

El logotipo podrá ser usado sobre fondo de color azul (Pantone: 540C). En este caso, deberá ser implementado en blanco a excepción de la letra (A), la cual deberá ser en amarillo (Pantone: 130C).

3.9. Uso sobre fondo de color variable

El logotipo podrá ser usado sobre fondo amarillo y para ello deberá ser implementado todo en blanco. En caso de fondos alternos de color, el uso deberá ser según la gráfica a continuación.

3.9. Uso sobre fondo de color variable

3.10. Versión sobre fotografía

Para la aplicación sobre fotografía se debe ubicar el logotipo en zonas con poco ruido visual en su versión original. Si en la zona en donde se sitúa el logotipo predominan tonos oscuros éste debe aplicarse en color blanco.

Para la aplicación sobre fotografía se debe ubicar el logotipo en zonas con poco ruido visual en su versión original. Si en la zona en donde se sitúa el logotipo predominan tonos oscuros éste debe aplicarse en color blanco.

3.11. Versión a una tinta

Esta versión permite al logo ser implementado en superficies o circunstancias donde solo se requiera una tinta ya sea por el tipo de reproducción ejemplo sellos, fax. El diseñador podrá usar esta versión según la pertinencia del caso. En caso de usar otras tintas deberán ser tomadas de la carta de pantones presentada.

3.12. Versión a escala de grises

La versión en escala de grises es una conversión de los colores originales a una sola tinta con diferente tonalidad. En este caso el logotipo deberá ser reproducido al 90% de negro en remplazo del color azul y 40% de negro para el color amarillo.

4.

UNIVERSIDAD DE LA SALLE EN EL MUNDO

UNIVERSIDAD DE LA SALLE

4.1. Logotipo principal - Colombia

UNIVERSIDAD DE
LA SALLE
COLOMBIA

El logotipo de la Universidad de La Salle está desarrollado para ser reproducido en ámbitos nacionales e internacionales, gracias a la amplia y global comunidad Lasallista. Para este caso será necesario el uso de la palabra Colombia, la cual está justificada en la caja de texto del logotipo.

UNIVERSIDAD DE LA SALLE

4.2. Versiones de logotipo - Colombia

UNIVERSIDAD DE
LA SALLE
COLOMBIA

UNIVERSIDAD DE
LA SALLE
COLOMBIA

UNIVERSIDAD DE
LA SALLE
COLOMBIA

UNIVERSIDAD DE
LA SALLE
COLOMBIA

5.

SÍMBOLO DE ANIVERSARIO
DE LA UNIVERSIDAD DE
LA SALLE

UNIVERSIDAD DE
LA SALLE

El uso del símbolo 50 años está desarrollado para exaltar la gran trayectoria que ha tenido la Universidad.

El símbolo de los 50 años podrá ser reproducido en diferentes versiones dependiendo del uso al que se someta. En este caso, se muestra implementado en versión horizontal formando una sola caja de texto.

El símbolo de los 50 años podrá ser reproducido en diferentes versiones dependiendo del uso al que se someta. En este caso, aplicado en versión vertical, el símbolo de los 50 años deberá estar justificado a la derecha en la parte inferior del logotipo.

En caso de ser necesario el cambio del año, el símbolo deberá estar desarrollado con dos fuentes, el -número- deberá ser creado con la fuente NewFacebook y la palabra -años- deberá estar con la fuente Baufra.

El logotipo junto con el símbolo de 50 años deberá estar respetado por el área de reserva creada por la letra E de la palabra UNIVERSIDAD. Esto permitirá el buen uso de la marca. El espacio entre el símbolo 50 AÑOS y el logotipo debe ser el ancho del asta de la letra L de LA SALLE, tanto en la versión horizontal como en la vertical.

New Facebook

A Ñ O S

Baufra

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Proin quis varius ligula. Aenean vitae neque in ipsum .

123456789

La tipografía usada para la construcción del símbolo 50 años, se compone por dos fuentes, NewFacebook para el número 50 y para la palabra AÑOS deberá ser usada la fuente Baufra.

UNIVERSIDAD DE LA SALLE

5.7. Versiones del logotipo - 50 Años

50 AÑOS UNIVERSIDAD DE LA SALLE

6.

ARQUITECTURA
DE MARCA

UNIVERSIDAD DE
LA SALLE

POSGRADO

PREGRADO

INVESTIGACIÓN

FORMACIÓN CONTINUADA

La arquitectura está desarrollada con la tipografía institucional Baufra, con un tracking amplio. Cada área llevará la letra A resaltada en amarillo y con un sutil cambio en el calibre. Los colores que deberán ser usados son azul (Pantone: 540C) y amarillo (Pantone: 130C).

PREGRADO

Baufra

LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET, CONSECTETUR ADIPISCING ELIT.

Aenean vitae neque in ipsum blandit volutpat quis in nunc. Morbi tristique ligula nec ultricies suscipit.

PANTONE: 130C	C.M.Y.K: 0.32.100.0	HTML: F2A900	R.G.B: 242.169.0
PANTONE: 540C	C.M.Y.K: 100.57.12.66	HTML: 003057	R.G.B: 0.48.87

La tipografía usada para la construcción de la arquitectura de marca es la fuente Baufra en mayúsculas. Esta deberá ser usada con un tracking amplio para generar espacios entre letras formando una caja de texto más amplia. Los colores usados son los institucionales Pantone Azul 540C y Pantone Amarillo 130C.

UNIVERSIDAD DE LA SALLE

6.3. Versiones - Arquitectura de marca

POSGRADO

PREGRADO

INVESTIGACIÓN

FORMACIÓN CONTINUADA

POSGRADO

PREGRADO

INVESTIGACIÓN

FORMACIÓN CONTINUADA

POSGRADO

PREGRADO

INVESTIGACIÓN

FORMACIÓN CONTINUADA

POSGRADO

PREGRADO

INVESTIGACIÓN

FORMACIÓN CONTINUADA

7.

GRÁFICA COMPLEMENTARIA

UNIVERSIDAD DE LA SALLE

7.1. Gráfica con fotografía

UNIVERSIDAD DE
LA SALLE
50
AÑOS
"La educación es la herramienta más poderosa para cambiar el mundo"
Cra. 5 No. 59A-44 - Tel: (571) 348 8000
Cra. 2 No. 10-70 - Tel: (571) 353 53 60 | Cra. 7 No. 172-85 - Tel.:(571) 677 26 99
Bogotá, Colombia

Uso de fondo asimétrico amarillo como base del logo.

Aplicación de logo en negativo (Blanco).

Uso de fondo asimétrico azul como base para textos complementarios.

Uso del logo 50 años en su versión sobre fondo azul.

Implementación de tipografía complementaria (Helvética).

Uso de línea que permite justificar los textos.

Uso de datos complementarios en una escala menor, color blanco y fuente (Helvética).

UNIVERSIDAD DE
LA SALLE
PREGRADO
"La educación es la herramienta más poderosa para cambiar el mundo"
Cra. 5 No. 59A-44 - Tel: (571) 348 8000
Cra. 2 No. 10-70 - Tel: (571) 353 53 60 | Cra. 7 No. 172-85 - Tel.:(571) 677 26 99
Bogotá, Colombia

UNIVERSIDAD DE
LA SALLE
Sé Real,
Piensa Social.
18
MARZO DE 2014
CARTOGRAFÍAS
DE LA PAZ
Cátedra Institucional Lasallista 2014
SERGIO GUARÍN
Fundación ideas
para la Paz
ANTONIO NAVARRO
Partido
Alianza Verde
Lugar: Teatro Sede Chapinero Hora: 4:00 pm
Cra. 5 No. 59A-44 | Tel: (571) 348 8000 | Cra. 2 No. 10-70 | Tel: (571) 353 53 60
Cra. 7 No. 172-85 | Tel: (571) 677 2699 | Bogotá, Colombia www.lasalle.edu.co

Uso de logo en versión para fondo azul.

Uso del posicionamiento de la marca (tipografía Baufra).

Uso de fondo asimétrico azul como base para textos complementarios.

Escalas variables en la diagramación de textos.

Implementación de tipografía complementaria (Helvética).

Uso de figuras geométricas básicas como complemento de la gráfica.

Uso de datos complementarios en una escala menor, color blanco y fuente (Helvética).

Uni Salle
PAULO FREIRE
“La educación no cambia el mundo, cambia a las personas que van a cambiar el mundo”
UNIVERSIDAD DE LA SALLE
Cra. 5 No. 59A-44 | Tel: (571) 348 8000 | Cra. 2 No. 10-70 | Tel: (571) 353 53 60
Cra. 7 No. 172-85 | Tel: (571) 677 2699 | Bogotá, Colombia www.lasalle.edu.co

Uso de fotografías de un solo tono.

Aplicación del logo Unisalle en negativo (Blanco).

Implementación de tipografía complementaria (Helvética).

Uso de datos complementarios en una escala menor, color blanco y fuente (Helvética).

Uni Salle
PAULO FREIRE
“La educación no cambia el mundo, cambia a las personas que van a cambiar el mundo”
UNIVERSIDAD DE LA SALLE
Cra. 5 No. 59A-44 | Tel: (571) 348 8000 | Cra. 2 No. 10-70 | Tel: (571) 353 53 60
Cra. 7 No. 172-85 | Tel: (571) 677 2699 | Bogotá, Colombia www.lasalle.edu.co

Uso de fondo asimétrico blanco como base para textos complementarios.

Implementación de tipografía complementaria (Helvética).

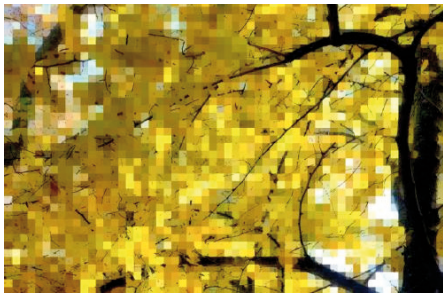
Aplicación de logo original, 50% para cada marca.

Uso de marcas aliadas en un tamaño proporcional del 30%, acompañado por el logo principal con un 70%.

50% Universidad de La Salle
50% Marca aliada

70% Universidad de La Salle
30% Marca aliada

Cuando la marca de la Universidad esté acompañada de otras marcas aliadas, como submarcas (Utopía), provedores, instituciones, entidades públicas, etc., el logotipo de la Universidad de La Salle debe aparecer primero con un tamaño proporcional al 50% y 50% para la marca acompañante, o 70% para la Universidad de La Salle y 30% para la marca acompañante.



No usar fotografías pixeladas.

At element faucibus erta urna placerat lorem.

AT ELEMENTUM FAUCIBUS, ERAT URNA PLACERAT LOREM, VENENATIS PHARETRA LEO METUS AC VELIT.

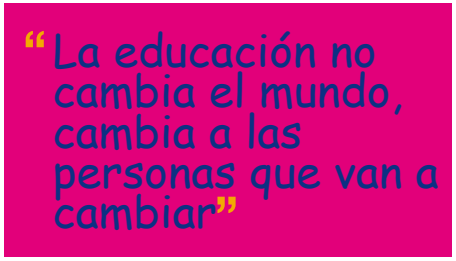
At elementum faucibus, erat urna placerat lorem, venenatis pharetra leo metus ac velit, at elementum faucibus, erat urna placerat lorem.

Evitar el uso de otras fuentes tipográficas.

No usar elementos gráficos externos a los planteados.

Evitar los cambios de colores sobre superficies de color.

No usar el logo sobre fotografías que interfieran con su legibilidad.



No implementar colores que estén fuera de la paleta cromática establecida.

7.7. Ubicación y tamaño del logotipo en distintos formatos

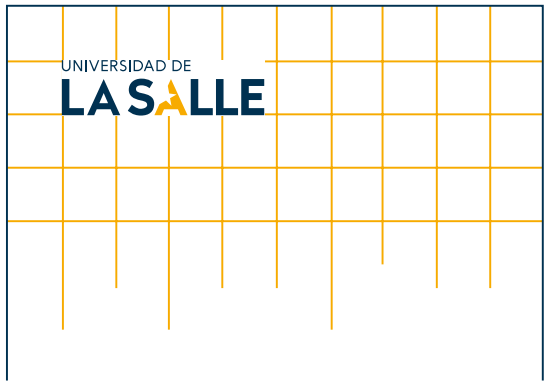
El tamaño del logotipo debe ser siempre correlacionado con el tamaño del formato empleado. Para esto se debe establecer una retícula guía con recuadros de 1/10 del ancho total del formato.

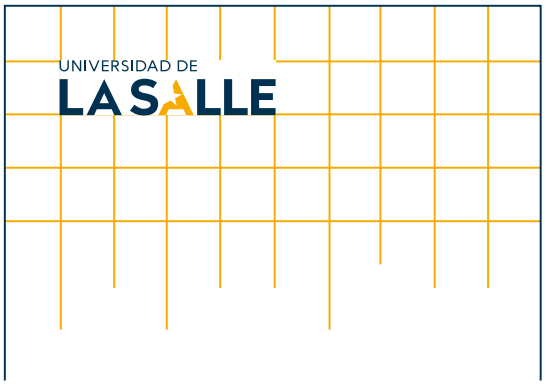
El texto y los contenidos promocionales deben respetar un margen adecuado en relación con la retícula guía. La Escala del logotipo de la Universidad de La Salle, debe ajustarse de acuerdo a los modelos presentados a continuación: El primer modelo asume la altura del logotipo igual a la altura de los renglones de la retícula. El segundo modelo asume el ancho de cuatro cuadros de esta retícula.

En cualquier caso debe siempre respetarse la proporción de la escala del logotipo institucional.

A fin de mejorar la unidad de criterios de promoción institucional y atendiendo a aspectos de economía, los tamaños y formatos que se relacionan a continuación son de uso estándar, siempre que los materiales estén disponibles o sean fáciles de adquirir, publicar, etiquetar…

Los tamaños especiales, diferentes a los estándares definidos aquí se emplearán únicamente para casos especiales.





Tamaños del papel más comunes	*Usos recomendados*	*Ancho del logotipo*
~ 105 x 229 mm	Volantes	40 mm
~ 215 x 139 mm	Media carta	80 mm
~ 152 x 228 mm	Programas, brochures pequeños	60 mm
~ 200 x 200 mm	Brochures cuadrados	80 mm
~ 279 x 348 mm	Afiche pequeño	112 mm
~ 228 x 30 mm	Carpetas	92 mm
~ 279 x 431 mm	Tabloide	110 mm

Helvética Neue Lt Std
33 Thin

AT ELEMENTUM FAUCIBUS, ERAT URNA PLACERAT LOREM, VENENATIS PHARETRA.

at elementum faucibus, erat urna placerat lorem, venenatis pharetra leo metus ac velit, at elementum faucibus, erat urna placerat lorem, venenatis pharetra.

Helvética Neue Lt Std
45 Light

AT ELEMENTUM FAUCIBUS, ERAT URNA PLACERAT LOREM, VENENATIS PHARETRA.

at elementum faucibus, erat urna placerat lorem, venenatis pharetra leo metus ac velit, at elementum faucibus, erat urna placerat lorem, venenatis pharetra.

Helvética Neue Lt Std
75 Bold

AT ELEMENTUM FAUCIBUS, ERAT URNA PLACERAT LOREM, VENENATIS.

at elementum faucibus, erat urna placerat lorem, venenatis pharetra leo metus ac velit, at elementum faucibus, erat urna placerat lorem, venenatis pharetra.

Helvética Neue Lt Std
47 Light Condensed

AT ELEMENTUM FAUCIBUS, ERAT URNA PLACERAT LOREM, VENENATIS PHARETRA LEO METUS AC VELIT.

at elementum faucibus, erat urna placerat lorem, venenatis pharetra leo metus ac velit, at elementum faucibus, erat urna placerat lorem, venenatis pharetra.

Helvética Neue Lt Std
47 Ligth Condensed Oblique

AT ELEMENTUM FAUCIBUS, ERAT URNA PLACERAT LOREM, VENENATIS PHARETRA LEO METUS AC VELIT.

at elementum faucibus, erat urna placerat lorem, venenatis pharetra leo metus ac velit, at elementum faucibus, erat urna placerat lorem, venenatis pharetra.

Helvética Neue Lt Std
77 Ligth Condensed Oblique

AT ELEMENTUM FAUCIBUS, ERAT URNA PLACERAT LOREM, VENENATIS PHARETRA LEO METUS .

at elementum faucibus, erat urna placerat lorem, venenatis pharetra leo metus ac velit, at elementum faucibus, erat urna placerat lorem, venenatis pharetra.

El paquete de tipografías complementarias será Helvética Neue Lt Std con sus diferentes variaciones, light, bold, condensed, itálica. Podrá ser implementada para los textos complementarios tales como datos de contacto, textos institucionales (cartas, certificaciones u otras), pósteres, anuncios horizontales, etc.

8.

PAPELERÍA BÁSICA

UNIVERSIDAD DE LA SALLE

Tarjeta >

Se deben conservar los campos definidos para todas las unidades académicas y administrativas:

- Logotipo
- Nombre y apellidos
- Cargo Institucional Español / Inglés
- Unidad. Español / Inglés

Logo institucional:
Azul Pantone 540 C
Amarillo Pantone 130 C

Nombre:
Helvética Neue Lt Std 75 Bold, puntaje 7
Azul Pantone 540 C

Cargo, PBX, directo, dirección, ciudad:
Helvética Neue Light, puntaje 7
Azul Pantone 540 C

Email
Helvética Neue Medium, puntaje 7
Azul Pantone 540 C

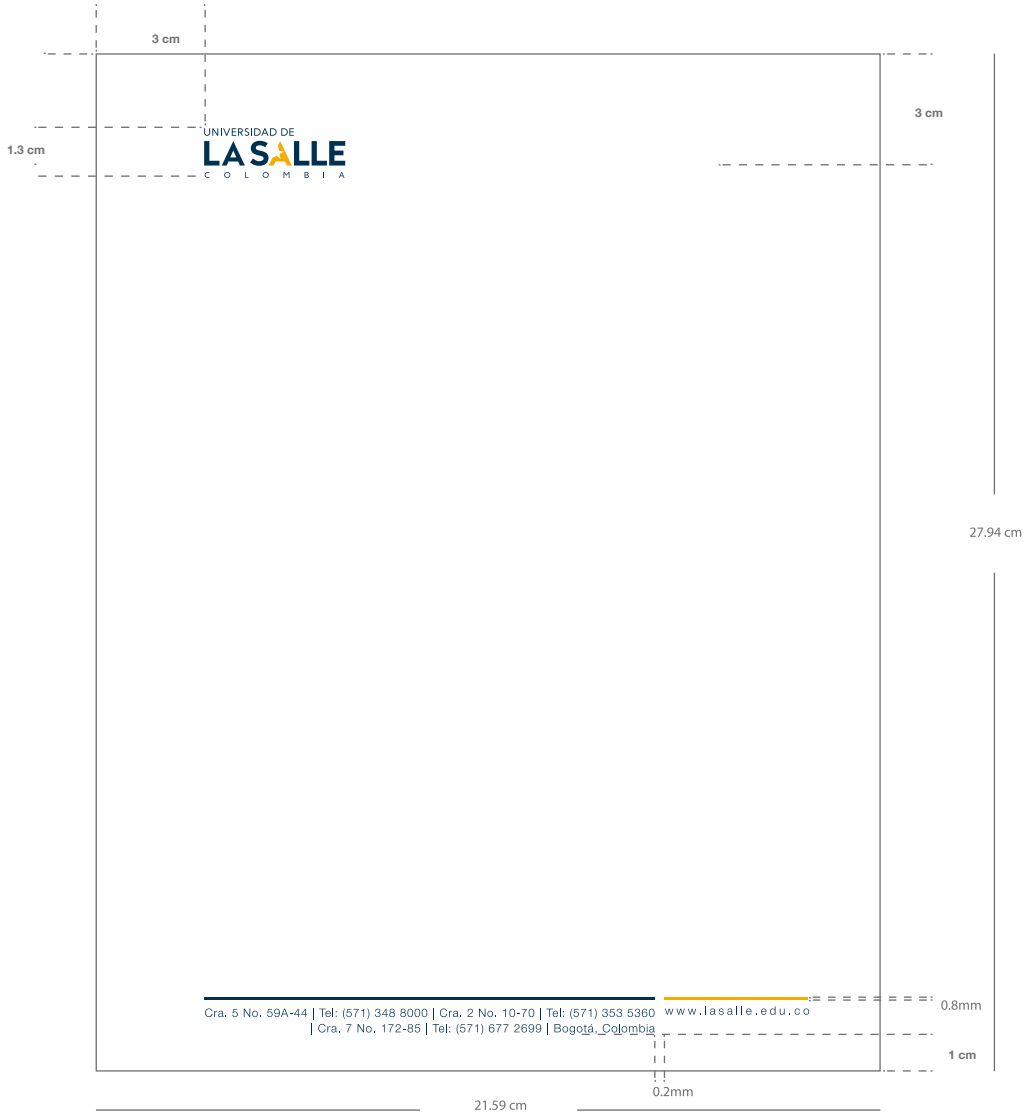
Cargo Inglés
Helvética Neue Lt Std 45 Light Condensed Oblique, puntaje 7
Azul Pantone 540 C

8.2. Membrete institucional

Este formato debe ser tenido en cuenta para la elaboración de comunicaciones institucionales con personas o instituciones externas.

Logo institucional:
Azul Pantone 540 C
Amarillo Pantone 130 C

Teléfono, dirección, ciudad, web:
Helvética Neue Lt Std 45 Light, puntaje 9
Azul Pantone 540 C

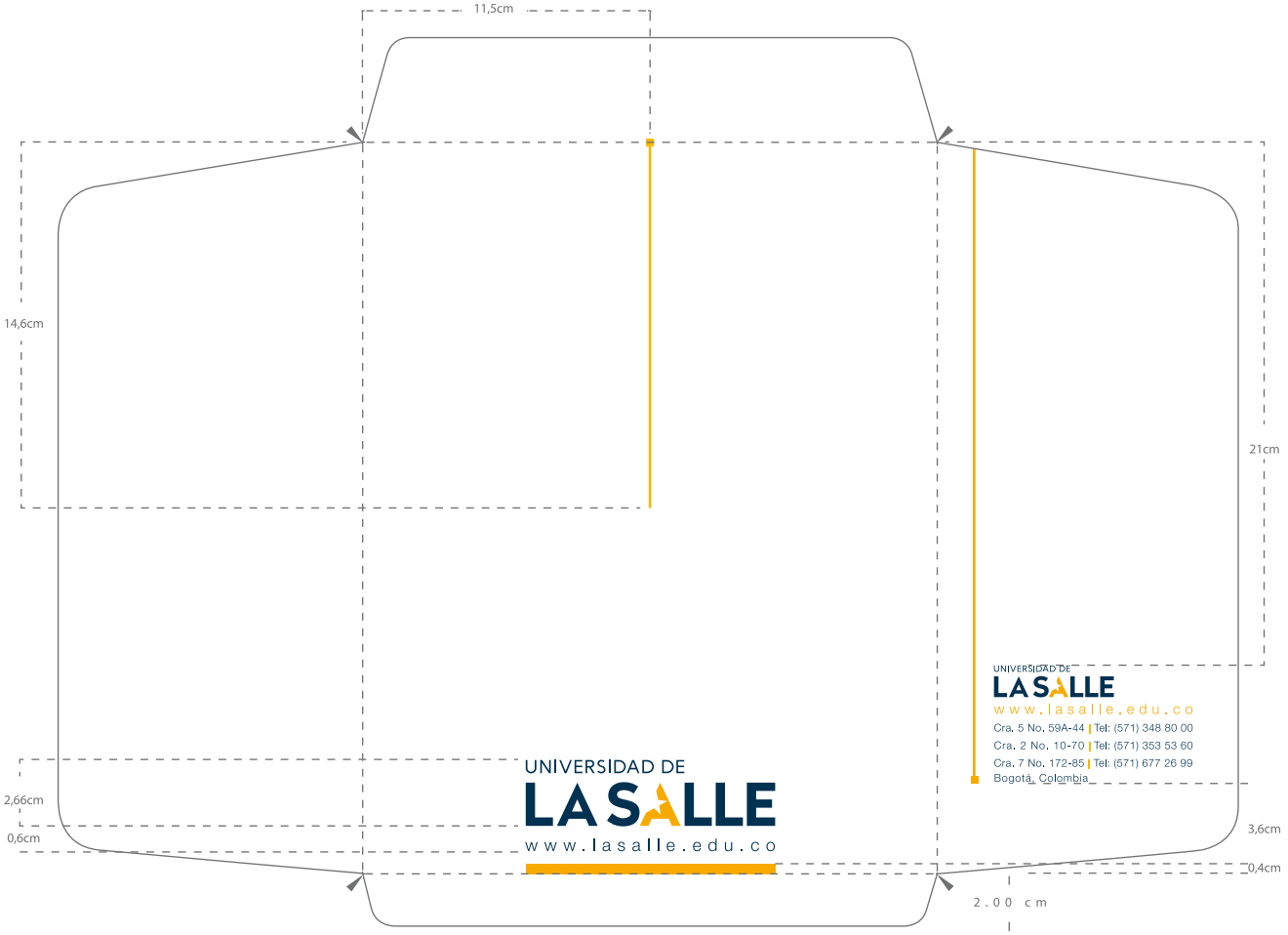


8.3. Sobre Tipo A

Sobre >

Logo institucional:
Siempre estará en el centro.
Azul Pantone 540 C
Amarillo Pantone 130 C

Teléfono, dirección, ciudad, web:
Helvética Neue Lt Std 45 Light, puntaje 12
Azul Pantone 540 C

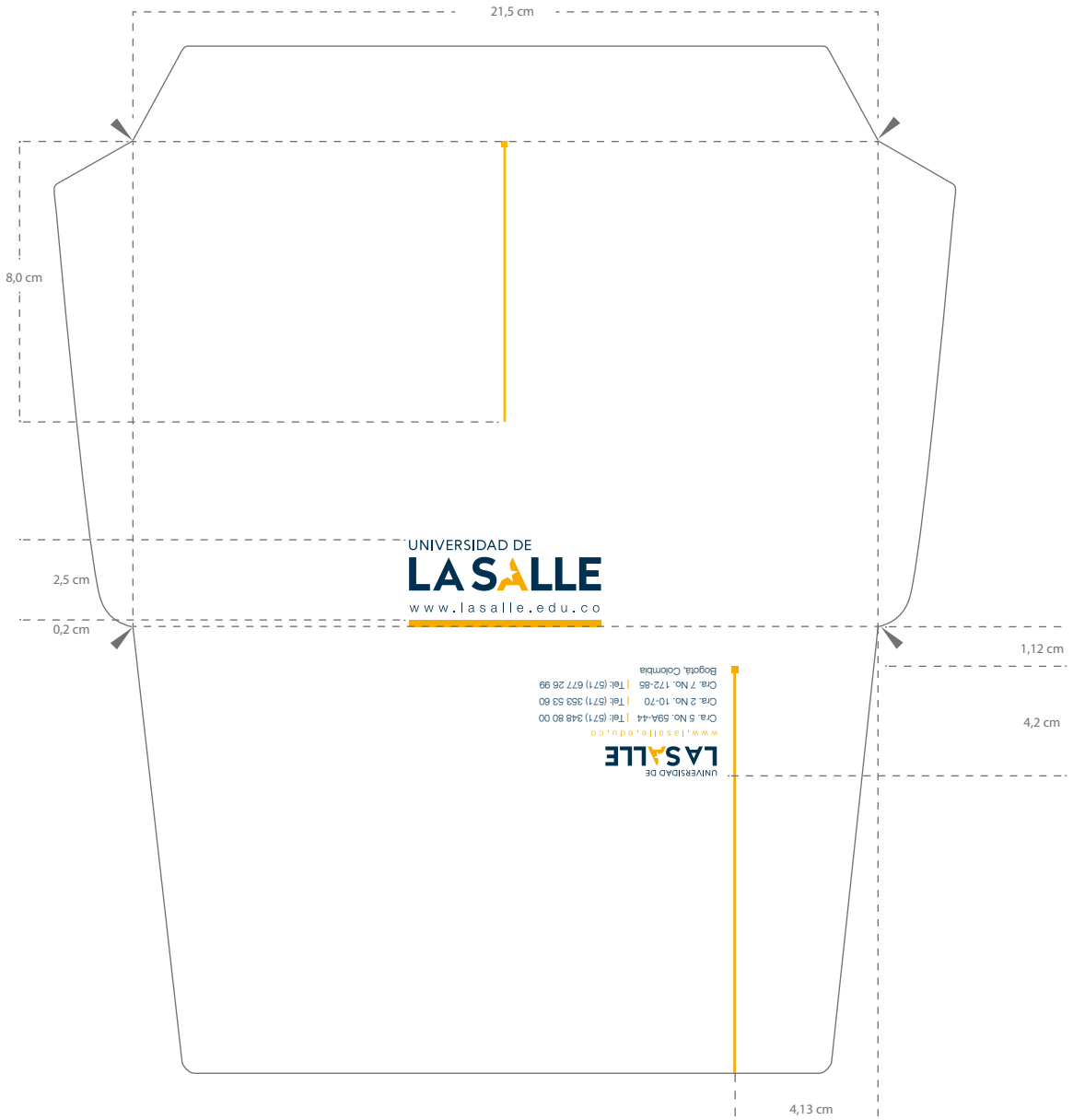


8.4. Sobre Tipo B

Sobre >

Logo institucional:
Azul Pantone 540 C
Amarillo Pantone 130 C

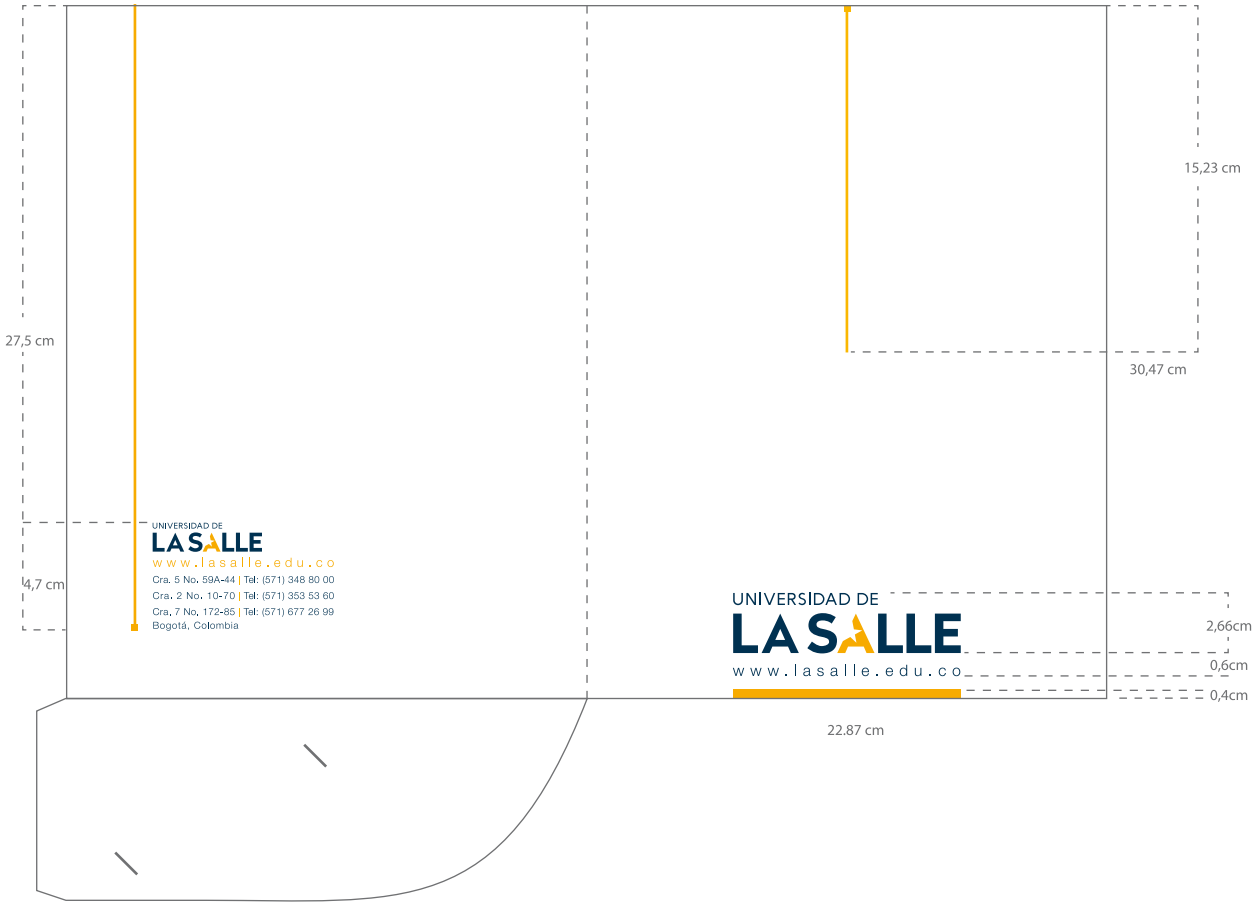
Teléfono, dirección, ciudad, web:
Helvética Neue Lt Std 45 Light,
puntaje 8
Azul Pantone 540 C



Carpeta >

Logo institucional:
Azul Pantone 540 C
Amarillo Pantone 130 C

Teléfono, dirección, ciudad, web:
Helvética Neue Lt Std 45 Light, puntaje 11
Azul Pantone 540 C



Label CD >

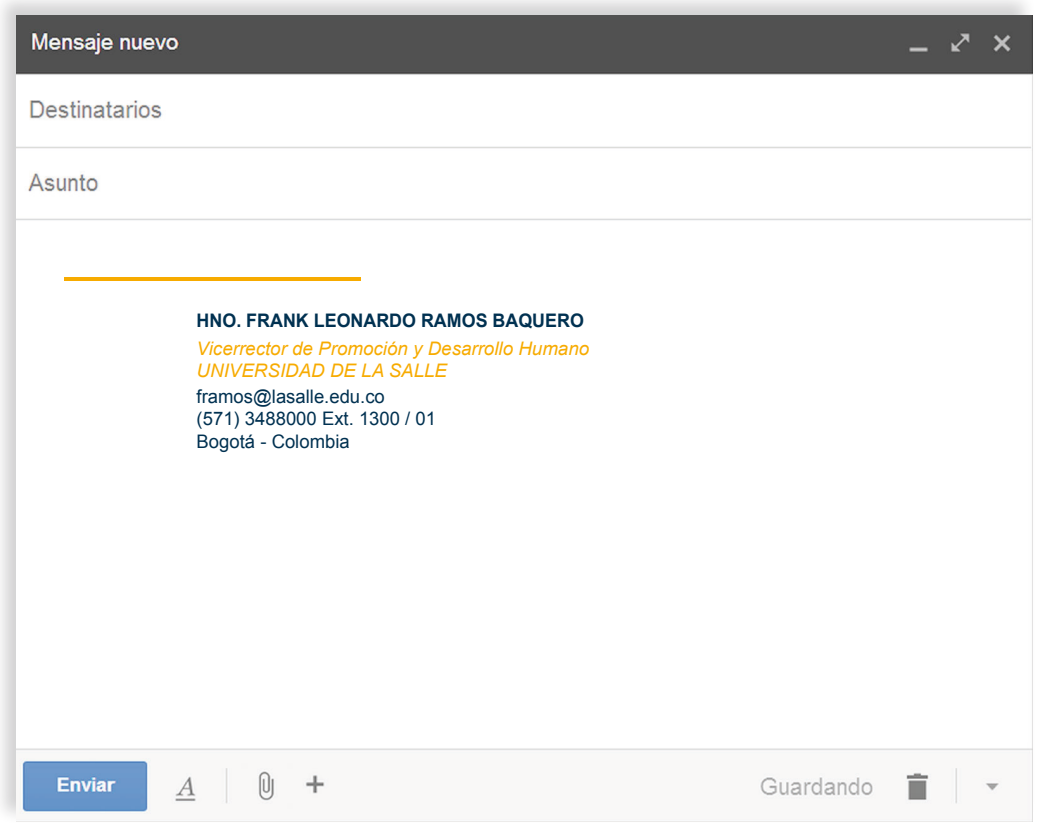
Logo institucional:
Azul Pantone 540 C
Amarillo Pantone 130 C

Teléfono, dirección, ciudad, web:
Helvética Neue Lt Std 45 Light,
puntaje 8
Azul Pantone 540 C

Zona para títulos o
contenidos del CD.

El label podrá ser marcado a mano o como prefiera el usuario. Para esto deberá diligenciar los siguientes ítems:
1. Tendrá que ir la Dependencia emisora que crea el documento.
2. Deberá ir el título del contenido del CD.

- El fondo del cuerpo del correo debe ser siempre blanco. No debe tener ningún formato de filigrana o marca de agua oimagen de fondo.
- No debe acompañarse de imágenes de ningún tipo (imágenes que acompañen la firma digital). Las imágenes de encabezado o pies de página, dependiendo del servidor de correo pueden sufrir modificaciones o pueden ser asumidas como archivos adjuntos en un correo. Por eso hay que evitarlas.
- La firma de correo electrónico se debe emplear de acuerdo a los siguientes criterios y formato:
    - Fuente: Arial, puntaje 11.
    - Colores: Azul (RGB: rojo 0, verde 48, azul 87) / Amarillo (RGB: rojo 242, verde 169, azul 0)



9.

VISUALIZACIONES DE LA MARCA

UNIVERSIDAD DE LA SALLE

9.1. Camiseta

9.2. Bolsa de tela

Uni Salle
UNIVERSIDAD DE
LA SALLE
Sé Real.
Piensa Social.
Uni Salle
Sé Real.
Piensa Social.
Uni Salle
Sé Real.
Piensa Social.
Uni Salle
www.lasalle.edu.co

9.4. Bolsa de papel

18
MAYO DE 2014
CARTOGRAFÍAS DE LA PAZ
NOMBRE
DIANA MARCELA ROJAS
FACULTAD
Economía
Cátedra Institucional Lasallista 2014
Lugar: Teatro Sede Chapinero
Hora: 4:00 pm
UNIVERSIDAD DE LA SALLE
Sé Real. Piensa Social.
Utopía

9.6. Uniforme

Uniformes, prendas de vestir y accesorios (como bolsos, morrales o cachuchas). Las restricciones sobre empleo de determinados colores de fondo van de acuerdo a la paleta secundaria (véase numeral 2.7. Paleta cromática secundaria), no alterando los colores del logo símbolo Universidad de La Salle (véase numeral 2.7. Paleta de color). Con respecto al tamaño debe cumplir con la escala mínima como se indica el manual (véase numeral 2.5 escala mínima).

UNIVERSIDAD DE

LASALLE

MANUAL DE MARCA

2014